

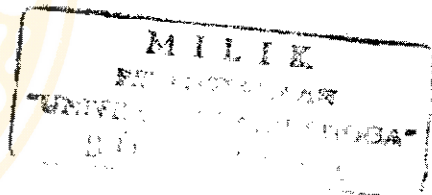
**ANALISIS VARIABEL - VARIABEL YANG MEMPENGARUHI
VOLUME PENJUALAN DOMESTIK BOTOL GLAS HIJAU
SEBAGAI DASAR STRATEGI PEMASARAN
DI PT. IGLAS (PERSERO)**

KARYA TULIS UTAMA

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Magister Manajemen**



KK
NM. 40.199
Sat
A



Diajukan oleh :

DJOKO SATMOKO

049310126 / M

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
1995**


**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI
VOLUME PENJUALAN DOMESTIK BOTOL GELAS HIJAU
SEBAGAI DASAR STRATEGI PEMASARAN
DI PT. IGLAS (PERSERO)**

Diajukan Oleh :

DJOKO SATMOKO
049310136 / M

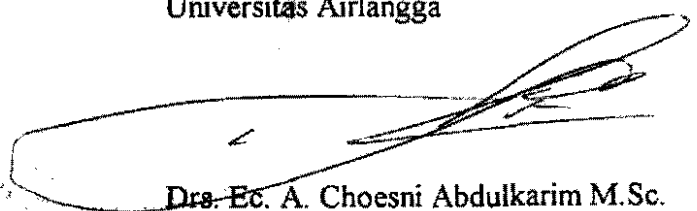
Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama,


M.S. Idrus, M.Ec., Ph.D.
Nip.

Tanggal,

Mengetahui,
Direktur Magister Manajemen
Universitas Airlangga


Drs. Ec. A. Choesni Abdulkarim M.Sc.
Nip. 130517219

Tanggal, 25/1/96

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Saudara Ir. Djoko Satmoko telah melakukan penyempurnaan / perbaikan terhadap Karya Tulis Utamanya yang berjudul: **"ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN DOMESTIK BOTOL GELAS HIJAU SEBAGAI DASAR STRATEGI PEMASARAN DI PT.IGLAS (PERSERO)"**, sebagaimana yang telah disarankan oleh Penguji :

Surabaya, 29 Pebruari 1996.

Ketua Penguji,



Drs. Ec. A. Choesni Abdulkarim, M.Sc.

Anggota,


M. Syafiie Idrus, Ph.D.**F. A. Handoko Sasmito, MBA.**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi penjualan domestik botol gelas hijau PT. Iglas (persero).

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri atas "time series" dan "cross section" dari 5 wilayah pemasaran yang digabungkan selama tahun 1989-1994. Data tersebut diperoleh dari PT. Iglas (Persero).

Analisis data menggunakan program Microstat dan regresi dilakukan atas fungsi permintaan yang meliputi dua persamaan yaitu fungsi linear ganda dan Cobb-Douglas, selanjutnya setelah dari kedua persamaan didapat model yang memenuhi syarat untuk dipakai memprediksi fungsi permintaan maka dilakukan penelitian diantara kedua model, dipilih satu yang terbaik diantara keduanya dan dipakai untuk memprediksi variabel-variabel yang diteliti.

Variabel yang digunakan pada dua model diatas adalah volume penjualan domestik Botol Gelas Hijau sebagai variabel tergantung (dependent variable), dan variasi produk, lamanya penarikan piutang, harga jual, kualitas produk dan jumlah kontak penjualan sebagai variabel bebas (independent variable).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dari kelima variabel yang diperkirakan mempengaruhi volume penjualan Botol Gelas Hijau ternyata harga jual, variasi produk, lamanya penarikan piutang dan kualitas produk terbukti nyata mempunyai pengaruh yang signifikan. Sedang variabel bebas jumlah kontak penjualan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan. Akhirnya dengan temuan ini

diharapkan dapat merupakan masukan yang bermanfaat bagi manajemen PT. Iglas (Persero) di dalam menyusun rancangan Strategi Pemasaran Botol Gelas Hijau yang efisien dan efektif serta bermanfaat pula bagi peneliti selanjutnya.

